



*Relación de la Oferta y Demanda en el Agronegocio del Sanky (Corryocactus brevistylus) en la Región de Huancavelica- Perú*

*Relationship of Supply and Demand in the Agribusiness of Sanky (Corryocactus brevistylus) in the Huancavelica Region- Peru*

*Relação entre oferta e demanda no agronegócio de Sanky (Corryocactus brevistylus) na região de Huancavelica – Peru*

Eneida Lilia Condor Quinte <sup>I</sup>

[eneida.condor@unh.edu.pe](mailto:eneida.condor@unh.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0002-4327-9078>

Gustavo Adolfo Espinoza Calderón <sup>II</sup>

[gustavo.espinoza@unh.edu.pe](mailto:gustavo.espinoza@unh.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0002-8299-9449>

Carmen Taipe Lucas <sup>III</sup>

[carmen.taipe@unh.edu.pe](mailto:carmen.taipe@unh.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0003-1538-2753>

Virgilio Valderrama Pacho <sup>IV</sup>

[virgilio.valderrama@unh.edu.pe](mailto:virgilio.valderrama@unh.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0002-8948-0383>

**Correspondencia:** [eneida.condor@unh.edu.pe](mailto:eneida.condor@unh.edu.pe)

Ciencias Económicas  
Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 13 de agosto de 2023 \* **Aceptado:** 10 de septiembre de 2023 \* **Publicado:** 05 de octubre de 2023

- I. Universidad Nacional de Huancavelica, Perú.
- II. Universidad Nacional de Huancavelica, Perú.
- III. Universidad Nacional de Huancavelica, Perú.
- IV. Universidad Nacional de Huancavelica, Perú.

## Resumen

Este estudio tiene como objetivo general evaluar la relación de la oferta y demanda en el agronegocio del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) en la región de Huancavelica. La metodología fue de tipo aplicada, descriptiva, correlacional, de diseño No Experimental y de corte transversal. Mediante la técnica del muestreo aleatorio simple, se tomó como muestra a 384 pobladores de la mencionada localidad. Para la recolección de datos se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario tipo escala Likert. Para el procesamiento de los datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial haciendo uso del software SPSS 24. Resultados: variable oferta; el 52,86% está de acuerdo que se cuenta con una cantidad importante de productores de Sanky en Huancavelica; el 47,66% ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el volumen de producción de Sanky en Huancavelica podría satisfacer al mercado interno del país; el 35,68% está en desacuerdo en que Huancavelica tiene potencial para producir cantidades de Sanky para internacionalizarlo. Variable demanda: el 37,76% ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la frecuencia del consumo del Sanky sea alta en Huancavelica; el 46,61% está en desacuerdo en la frecuencia en el Perú de consumo sea alto; el 34,11% está totalmente de acuerdo en que existe una demanda potencial en Huancavelica para el consumo de Sanky y derivados, el 65,63% ni de acuerdo ni en desacuerdo en que existe una demanda potencial en el país para el consumo del Sanky y derivados. Conclusiones: se tiene que la oferta es mayor que la demanda en un agronegocio del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) en la región de Huancavelica; así, la promoción del fruto Sanky en base a sus beneficios para la salud y sus derivados puede permitir posicionarla de mejor manera tanto en el mercado local, nacional y eventualmente a escala internacional.

**Palabras Clave:** Agronegocio; Fruta sanky; Oferta; Demanda; Mercado local.

## Abstract

The general objective of this study is to evaluate the relationship between supply and demand in the Sanky (*Corryocactus brevistylus*) agribusiness in the Huancavelica region. The methodology was applied, descriptive, correlational, non-experimental and cross-sectional in design. Using the simple random sampling technique, 384 residents of the aforementioned town were taken as a sample. For data collection, a survey was used as a technique and a Likert scale questionnaire as an instrument. Descriptive and inferential statistics were used to process the data using SPSS 24 software. Results: offer variable; 52.86% agree that there are a significant number of Sanky

producers in Huancavelica; 47.66% neither agreed nor disagreed that Sanky's production volume in Huancavelica could satisfy the country's domestic market; 35.68% disagree that Huancavelica has the potential to produce quantities of Sanky to internationalize it. Demand variable: 37.76% neither agree nor disagree that the frequency of Sanky consumption is high in Huancavelica; 46.61% disagree about the frequency of high consumption in Peru; 34.11% totally agree that there is a potential demand in Huancavelica for the consumption of Sanky and derivatives, 65.63% neither agree nor disagree that there is a potential demand in the country for the consumption of Sanky and derivatives. Conclusions: it is found that supply is greater than demand in a Sanky (*Corryocactus brevistylus*) agribusiness in the Huancavelica region; Thus, the promotion of the Sanky fruit based on its health benefits and its derivatives can allow it to be positioned in a better way both in the local, national and eventually international market..

**Keywords:** Agribusiness; sanky fruit; Offer; Demand; Local market.

## Resumo

O objetivo geral deste estudo é avaliar a relação entre oferta e demanda no agronegócio Sanky (*Corryocactus brevistylus*) na região de Huancavelica. A metodologia foi aplicada, descritiva, correlacional, não experimental e de desenho transversal. Utilizando a técnica de amostragem aleatória simples, foram tomados como amostra 384 moradores do referido município. Para a coleta de dados utilizou-se uma pesquisa como técnica e um questionário em escala Likert como instrumento. Para o processamento dos dados foi utilizada estatística descritiva e inferencial no software SPSS 24. Resultados: variável oferta; 52,86% concordam que existe um número significativo de produtores de Sanky em Huancavelica; 47,66% não concordaram nem discordaram que o volume de produção da Sanky em Huancavelica poderia satisfazer o mercado interno do país; 35,68% discordam que Huancavelica tenha potencial para produzir quantidades de Sanky para internacionalizá-la. Variável de demanda: 37,76% não concordam nem discordam que a frequência de consumo de Sanky é alta em Huancavelica; 46,61% discordam sobre a frequência de consumo elevado no Peru; 34,11% concordam totalmente que existe uma demanda potencial em Huancavelica para o consumo de Sanky e derivados, 65,63% não concordam nem discordam que existe uma demanda potencial no país para o consumo de Sanky e derivados. Conclusões: verifica-se que a oferta é maior que a demanda em uma agroindústria Sanky (*Corryocactus brevistylus*) na

região de Huancavelica; Assim, a promoção do fruto Sanky com base nos seus benefícios para a saúde e nos seus derivados pode permitir que este se posicione melhor tanto no mercado local, como nacional e eventualmente internacional.

**Palavras-chave:** Agronegócio; fruta sanky; Oferecer; Demanda; Mercado local.

## Introducción

Un elemento esencial que caracteriza a la región Latinoamericana de forma ventajosa, tal como afirma la publicación del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), es el hecho de que América Latina es una de las regiones del planeta más ricas en diversidad biológica. Seis países de la región (Brasil, Colombia, Ecuador, México, Perú y Venezuela) se encuentran entre los diecisiete países calificados como “megadiversos” del mundo, en virtud de que concentran el 70% de la biodiversidad global (CAF, 2018).

En el caso del Perú, según estima (Lipe Camero, 2016), parte de su gran biodiversidad se refleja en el número de especies de cactus, frutas y plantas medicinales. La familia *Cactaceae* en el Perú comprende alrededor de 43 géneros y 250 especies, de las cuales aproximadamente el 80% (199 registros) son endémicas para el país.

Dentro de la familia *Cactaceae*, se encuentra el Sanky (*Corryocactus brevistylus*), actualmente reconocido por ser un fruto de grandes propiedades para la salud del ser humano muchas de ellas apuntan a que presenta una alta concentración de antioxidantes como la vitamina C y antocinidinas (Lipe Camero, 2016). En idéntico sentido (Agraria.Pe, 2020) destaca, el Sanky es rico en potasio, vitamina C, antioxidantes, fibra, evita la caída de cabello, combate la presión alta y ayuda a bajar de peso.

En virtud de las formidables propiedades del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) y, dada la abundancia de este fruto en diversos lugares de nuestro país, particularmente en la región de Huancavelica, surge esta iniciativa de focalizar acciones orientadas a determinar la viabilidad de la producción y comercialización del Sanky en la idea de que puede tener un impacto positivo en la economía local Huancavelica.

Es importante señalar que una forma eficaz para prever y manejar una posible explotación comercial del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) es realizar un estudio de la oferta y demanda para una mayor comprensión de los posibles mercados que eventualmente pueden servir de destinos económicos de este fruto de los andes del Perú. Entendiendo que según (Arboleda Castro, 2021),

las teorías de la oferta y la demanda son las bases económicas del comportamiento de las unidades productivas. La demanda del mercado es uno de los principales factores utilizados por las empresas, para fijar los precios de sus productos. Así, precio y demanda están estrechamente relacionados: A menor precio, mayor demanda y viceversa (Arboleda Castro, 2021).

La idea de una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada da origen a una ley económica denominada ley de la demanda. Esta ley establece que la demanda es una relación negativa o inversa entre el precio de un bien y la cantidad demandada de dicho bien. Así, cuando el precio de un bien aumenta, los consumidores están cada vez menos dispuestos a pagar ese mayor precio por ese determinado bien, lo que genera que la demanda del mismo decaiga (Arboleda Castro, 2021).

En estas consideraciones, las organizaciones mundialmente reconocidas consideran que es importante realizar estudios o conocer la oferta y demanda de un producto con el fin de determinar la factibilidad de este en un determinado mercado. Según Baca, citado por (Estrada & Ortiz, 2016) señala que un estudio de mercado permiten conocer socioeconómicamente a sus nuevos y potenciales clientes, así como sus gustos y preferencia para poder conocer la posible recepción de un producto y ofrecerlo a un precio adecuado. Por otra parte, (Ópera Global Business, 2017) considera que con el estudio del mercado se trata de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada.

El mercado se puede entender como un lugar donde se realizan intercambios, pero en este caso, desde una óptica comercial, se utiliza este término como el conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio (Ópera Global Business, 2017). Buscando complementar las definiciones de oferta y demanda, debido a que después de todo, las relaciones entre ambos procesos son más amplias y profundas que los simples vínculos comerciales (Ópera Global Business, 2017) brinda un marco teórico acerca de estos tópicos, en tal sentido, la demanda, se considera como la cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio. Mientras que la Oferta, es la cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

En atención a los planteamientos anteriores, en este estudio se formuló como objetivo general evaluar la relación de la oferta y demanda en el agronegocio del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) en la región de Huancavelica.

## **Metodología**

### **Tipo de Investigación**

El estudio fue de tipo aplicada ya que busco consolidar el conocimiento para que sea pueda ser aplicado y dar solución a una problemática. Según (Hernández & Mendoza, 2019), señalan que este tipo de investigación tiene como fin aplicar los conocimientos para dar respuesta a una necesidad do problema en concreto.

### **Nivel de Investigación**

El trabajo de investigación fue descriptivo y correlacional ya que busca mencionar las características de un hecho y medir el grado de relación de las variables del estudio. Al respecto, (Hernández & Mendoza, 2019) manifiestan que un estudio de nivel descriptivo tiene como fin sólo de mencionar las características de los fenómenos dentro de un contexto y con respecto a estudios correlacionales señalan que investigaciones que buscan relacionar distintas definiciones, además estudian la concordancia que tiene cada variable.

### **Método de Investigación**

El método fue descriptivo y explicativo por lo que no sólo se buscó mencionar hechos sino profundizar las causas de estos. Para (Bernal, 2006) en un estudio explicativo el tesista busca identificar el porqué de cada objetivo o de cada situación.

### **Diseño De Investigación**

Se utilizó el diseño No Experimental porque no se manipulan las variables y de corte transversal ya que se tomará el estudio en un solo determinado tiempo. De acuerdo con los autores (Hérmendez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2014) el mencionado diseño observa los fenómenos en su proceso o contexto para posteriormente estudiarlos sin manipular variables. Con respecto al corte transversal, los mismos autores menciona que dichos diseños recolectan información en un momento dado es decir en un momento único, la información se compara con una fotografía ya que se queda plasmado en el tiempo (Hérmendez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2014)

### **Población y Muestra**

Para el presente estudio la población quedó conformada por los pobladores de 15 años a más edad que viven en Huancavelica que según Censo Nacional del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), representan aproximadamente 242.210 pobladores (INEI, 2018). Según



(Hernández & Mendoza, 2019) identifican a la población como un conjunto de personas con características en común.

Para el estudio se tomará como muestra a 384 pobladores entre consumidores, comerciantes y productores del Sanky (*Corryocactus brevistylus*). En tal sentido, (Bernal, 2006) menciona que la muestra una pequeña parte de la población seleccionada a criterio del investigador, dicha muestra, ayudara en la recolección de datos.

De esta forma se utilizó el método probabilístico; mediante la técnica del muestreo aleatorio simple para realizar el cuestionario, considerando a productores, comerciantes y consumidores, según la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

N= N° de población

Z = nivel de confianza 95% (1.96)

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

q= probabilidad de fracaso (50%)

i = Error de estimación máximo esperado (5%)

La muestra es de 384 pobladores compuesto por consumidores, comerciantes y/o productores del Sanky (*Corryocactus brevistylus*).

### **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

En la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta. Al respecto (Carrasco, 2016) menciona que es una técnica que ayuda a recolectar datos mediante preguntas de respuestas cerradas, esta encuesta se da mediante un formulario para parte de la población o denominado muestra. En cuanto al instrumento fue el cuestionario de preguntas cerradas y de opción de respuesta múltiples tipo escala de Likert (Totalmente en desacuerdo; En desacuerdo; Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, y Totalmente de acuerdo. Según (Hernández & Mendoza, 2019), el cuestionario es un grupo de preguntas relacionadas a la investigación en curso.

### **Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos**

Se utilizó la estadística descriptiva e inferencial haciendo uso del software SPSS 24, en su versión en castellano. Con este programa se tabularán los cuadros estadísticos con cantidades y porcentajes,

se construirán gráficos de barras, y se analizarán e interpretarán los datos, así también, para contrastar la hipótesis que permitirán deducir las conclusiones.

## Resultados

En esta sección se presenta una muestra de los principales resultados encontrados tras la aplicación del instrumento de recolección de datos a la muestra de estudio, tanto para la variable oferta como para la variable demanda.

### Variable: Oferta de Sanky

**Tabla 1.**

*Se cuenta con una cantidad importante de productores de Sanky en Huancavelica*

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	133	34,64	34,6	34,6
ni de acuerdo ni en desacuerdo				
De acuerdo	203	52,86	52,9	87,5
Totalmente de acuerdo	48	12,50	12,5	100,0
Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 52.86% de los encuestados manifestaron que están de acuerdo que se cuenta con una cantidad importante de productores de Sanky en Huancavelica, el 34.64% en cambio mencionaron no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y por último sólo el 12.5% de los encuestados mencionaron que están totalmente de acuerdo que existe cantidad importante de productores.

Si se considera a los pobladores que están “totalmente de acuerdo” y aquellos que están de acuerdo, la oferta del Sanky está asegurado por su volumen de producción, ya que al existir demasiados productores de Sanky se podría considerar una producción mayor y en grandes cantidades a un precio bajo.

**Tabla 2.**

*El volumen de producción de Sanky en Huancavelica podría satisfacer al mercado interno del país*

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-----------------------	------------	------------	-------------------	----------------------



Válido	Totalmente en desacuerdo	65	16,93	16,9	16,9
	En desacuerdo	68	17,71	17,7	34,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	183	47,66	47,7	82,3
	De acuerdo	68	17,71	17,7	100,0
	Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 47,66% de los encuestados mencionaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el volumen de producción de Sanky en Huancavelica podría satisfacer al mercado interno del país, el 17,71% indicaron estar de acuerdo, mientras que el 17,71% de los encuestados y por último el 16,93% están en desacuerdo en que el volumen de producción de Sanky podría satisfacer al mercado interno del país.

Si se consideran a los pobladores que mencionaron estar “ni de acuerdo ni en desacuerdo” con el mayor porcentaje y seguido de “en desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo”, se puede decir que el volumen de la producción, no podría satisfacer al mercado interno.

### Tabla 3.

*Huancavelica tiene potencial de producir cantidades de Sanky que permiten poder internacionalizarlas*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	65	16,93	16,9	16,9
En desacuerdo	137	35,68	35,7	52,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	66	17,19	17,2	69,8
De acuerdo	116	30,21	30,2	100,0
Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 35,68% de los encuestados dijeron estar en desacuerdo en que Huancavelica tiene potencial para producir cantidades de Sanky que permitirá internacionalizarlas, de lo contrario el 30,21% mencionaron estar de acuerdo, mientras que el 17,19% mencionaron estar ni de acuerdo ni en

desacuerdo y por último el 16,93% están totalmente en desacuerdo en que Huancavelica tiene potencial para producir e internacionalizar el Sanky.

Al considerar con mayor porcentaje a lo indicado por los pobladores “en desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo” la región no tiene potencial para internacionalizar el Sanky, ya que su producción es de un volumen bajo.

**Tabla 4.**

*El costo es un factor importante para producir y/o comercializa el Sanky*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	68	17,71	17,7	17,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	249	64,84	64,8	82,6
De acuerdo	66	17,19	17,2	99,7
Totalmente de acuerdo	1	0,26	,3	100,0
Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 64,84% de los encuestados manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el costo sea un factor importante para la comercialización del Sanky, el 17,19% está de acuerdo con lo dicho, sin embargo, el 17,71% está en desacuerdo en que el costo sea un factor importante para la producción del Sanky, y por último el 0,26% está totalmente de acuerdo en que si lo es.

Si se considera “ni de acuerdo ni en desacuerdo” como mayor porcentaje el costo de producción se puede considerar importante como a la vez no, por lo que el costo de producir el Sanky puede o no ser un factor importante para los productores.

**Tabla 5.**

*El costo fijo de Sanky es menor en comparación de otros frutos en Huancavelica*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	67	17,45	17,4	17,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	134	34,90	34,9	52,3
De acuerdo	182	47,40	47,4	99,7

Totalmente de acuerdo	1	0,26	,3	100,0
Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 52.6% de los encuestados están de acuerdo con que el costo del Sanky es menor a comparación con otros frutos en Huancavelica, el 34,9% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, por último, solo el 12,5% mencionaron estar en desacuerdo con que el Sanky sean menos costoso a comparación con otros frutos.

Si se considera “de acuerdo” como el porcentaje que mayor indico la población se puede decir que el nivel de volumen de la producción no genera costos altos, por lo que el costo variable de la fruta Sanky es accesible.

### Variable: Demanda de Sanky

**Tabla 6.**

*La frecuencia del consumo del Sanky en Huancavelica es alta*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	109	28,39	28,4	28,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	145	37,76	37,8	66,1
De acuerdo	130	33,85	33,9	100,0
Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 37,76% de los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la frecuencia del consumo del Sanky sea alta en Huancavelica, el 33,85% indicaron que, si están de acuerdo, en cambio el 28,39% indicaron estar en desacuerdo en que sea alto el consumo en Huancavelica.

Si se considera “ni de acuerdo ni en desacuerdo” como el porcentaje mayor seguido de un “de acuerdo” como lo señalado por la población, se puede decir que el consumo de la fruta Sanky en Huancavelica podría no ser alto la frecuencia de consumo.

**Tabla 7.**

*La frecuencia del consumo del Sanky en el Perú es alta.*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	179	46,61	46,6	46,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo <sup>2</sup>		,52	,5	47,1
De acuerdo	136	35,42	35,4	82,6
Totalmente de acuerdo	67	17,45	17,4	100,0
Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 46,61% de los encuestados están en desacuerdo en la frecuencia en el Perú de consumo sea alto, mientras el 34,42% si está de acuerdo, de la misma forma que el 17,45% está totalmente de acuerdo con que sea alto el consumo del Sanky en el Perú, por último, solo el 0,52% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Con respecto a lo considerado “en desacuerdo” como el porcentaje mayor indicado por la población, se observa que la Fruta Sanky en el Perú no tiene demanda como en la misma región de Huancavelica, ya que el consumo frecuente de esta fruta es muy bajo en los demás lugares del Perú.

### Tabla 8.

#### *La frecuencia del consumo del Sanky en el extranjero*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	65	16,93	16,9	16,9
En desacuerdo	70	18,23	18,2	35,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo <sup>4</sup>		1,04	1,0	36,2
De acuerdo	182	47,40	47,4	83,6
Totalmente de acuerdo	63	16,41	16,4	100,0
Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 47,40% de los encuestados está de acuerdo con que el consumo del Sanky sea alto en el extranjero, en cambio el 18,23% está en desacuerdo, solo el 16,93% indicaron estar totalmente en desacuerdo con que sea alto el consumo en el extranjero, el 16,41% están totalmente de acuerdo con lo antes dicho y por último el 1,04% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Si se considera “de acuerdo” como el mayor señalado por la población se puede decir que, en definitiva, la fruta Sanky es muy consumido en el extranjero, por lo cual significa que existe alta demanda en el exterior.

**Tabla 9**

*Existe una demanda potencial en Huancavelica para el consumo de Sanky y derivados.*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	en2	0,52	,5	,5
En desacuerdo	73	19,01	19,0	19,5
Ni de acuerdo ni desacuerdo	en47	12,24	12,2	31,8
De acuerdo	131	34,11	34,1	65,9
Totalmente de acuerdo	131	34,11	34,1	100,0
Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 34,11% de los encuestados mencionaron estar totalmente de acuerdo en que existe una demanda potencial en Huancavelica para el consumo de Sanky y derivados, al igual que el 34,11% que indicaron estar de acuerdo, el 19,01% está en desacuerdo, 12,24% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, en cambio solo el 0,52% está totalmente en desacuerdo en que existe una demanda potencial en Huancavelica para el consumo de Sanky y derivados.

Si se considera “de acuerdo” y “en desacuerdo” como los porcentajes mayores señalados por la población huancavelicana, con esto se puede llegar a decir que, si existe la demanda potencial hacia la fruta Sanky y derivados de ella, puesto que en esta región otras frutas son más caro y no tienen conocimiento del Sanky por lo que si se publicita más los beneficios de dicha fruta generará mayor demanda.

**Tabla 10.**

*Existe una demanda potencial en el país para el consumo del Sanky y derivados.*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
---------------------	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	En desacuerdo	68	17,71	17,7	17,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	252	65,63	65,6	83,3
	De acuerdo	64	16,67	16,7	100,0
	Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 65,63% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que existe una demanda potencial en el país para el consumo del Sanky y derivados, el 17,71% están en desacuerdo, en cambio el 16,67% están de acuerdo en que existe una demanda potencial en el país para el consumo del Sanky y derivados.

Si se considera parejo los que están “de acuerdo” y “en desacuerdo” se puede concluir que existe una demanda potencial de forma regular sobre el Sanky y sus derivados.

#### **Tabla 11.**

*Existe una demanda potencial en el extranjero para el consumo del Sanky y derivados.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	69	18,97	18,0	18,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	138	35,94	35,9	53,9
	De acuerdo	177	46,09	46,1	100,0
	Total	384	100,00	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: Instrumento de recolección de datos

El 46,09% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que existe una demanda potencial en el extranjero para el consumo del Sanky y derivados, el 35,94% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, de lo contrario solo el 17,97% está en desacuerdo en que existe una demanda potencial en el extranjero para el consumo del Sanky y derivados.

Con respecto a lo considerado “de acuerdo” como lo mayor señalado por parte de la población se puede decir que existe demanda potencial extranjera hacia la fruta Sanky y sus derivados, por lo que se puede incentivar la exportación.



## Discusión de Resultados

Se estima tras la interpretación de los resultados obtenidos de los datos de la encuesta aplicada a la muestra de estudio de 384 pobladores compuesto por consumidores, comerciantes y/o productores del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) en Huancavelica, la influencia que representan los conceptos de oferta y demanda en el contexto de mercado actual de la fruta Sanky . De ahí, se tiene que, efectivamente la oferta es mayor que la demanda en un agronegocio del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) de la región de Huancavelica, por lo que se cuenta con una cantidad importante de productores de Sanky en la región; el nivel de volumen de la producción no genera costos altos, por lo que el costo variable de la fruta Sanky es accesible.

De acuerdo con lo estipulado por el autor (Arroyo, 2013), uno de los factores que influyen en la oferta son los costos de producción. En otra opinión (Elías, 2015) considera que cuando la curva de oferta tiene pendiente positiva; manteniendo todo el resto constante (*ceteris paribus*), los productores están dispuestos a producir y a vender más de un bien cuando su precio aumenta.

En lo que respecta a ciertos aspectos relacionados con la variable demanda, se pudo evidenciar que la demanda es baja en el agronegocio de los productos de Sanky en el mercado regional de Huancavelica puesto que, se puede decir que el consumo de la fruta Sanky en Huancavelica podría no ser alto la frecuencia de consumo, así mismo, se observó que la fruta Sanky en el Perú no tiene demanda como en la misma región de Huancavelica, ya que el consumo frecuente de esta fruta es muy bajo en los demás lugares del Perú.

Por otra parte, se constató que si existe la demanda potencial hacia la fruta Sanky y derivados de ella, puesto que en la región de Hualvetica otras frutas son más costosas, siendo que dicho elemento genera mayor demanda. También se encontró que existe una demanda potencial de forma regular sobre el Sanky y sus derivados en el país y en el extranjero, por lo que se puede incentivar la exportación.

Sobre este particular, (Stoll , Huayta, Rojas, & Alvarez, 2020) menciona que la demanda se puede incrementar puesto que en la actualidad existe interés de las personas para adquirir productos que cuiden su salud por lo que tienden a comprar productos naturales. Por otra parte, (Arroyo, 2013) señala que uno de los factores de la demanda son los gustos y preferencias de los consumidores. Por otro lado, (Elías, 2015) indica que la cantidad demandada de un bien también puede depender de otras variables, como ser el ingreso, el tiempo, los gustos de los consumidores y el precio de otros bienes.

Estos hechos y otros similares, tan como sugiere (Elías, 2015) indican la importancia del análisis de oferta y demanda como una herramienta fundamental que puede ser utilizada para analizar una amplia variedad de problemas. Tal como los descritos en diversas líneas a lo largo del desarrollo de este estudio.

### **Conclusiones**

En atención al objetivo general planteado en esta indagación de evaluar la relación de la oferta y demanda en el agronegocio del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) en la región de Huancavelica, se plantean las siguientes conclusiones:

Con relación a la oferta, se tiene que es mayor que la demanda en un agronegocio del Sanky (*Corryocactus brevistylus*) en la región de Huancavelica, puesto que se comprobó que existe una cantidad considerable de productores que venden el Sanky, el poco costo de producción, entre otros.

La oferta es alta en el agronegocio de los productos de Sanky en el mercado regional de Huancavelica y ello se debe que tanto el costo fijo y variable no es tan elevado como el de producir otros frutos en la región de Huancavelica.

Respecto a la demanda es baja en el agronegocio de los productos de Sanky en el mercado regional de Huancavelica debido a que existe regular consumidores de este fruto, así mismo, se observó que la fruta Sanky en el Perú no tiene demanda como en la misma región de Huancavelica, ya que el consumo frecuente de esta fruta es muy bajo en los demás lugares del Perú.

En tal sentido se considera que la promoción del fruto Sanky en base a sus beneficios para la salud y sus derivados puede permitir posicionarla de mejor manera tanto en el mercado local como en el nacional y eventualmente a escala internacional, a fin de aumentar la demanda de este formidable alimento peruano.

### **Referencias**

- Agraria.Pe. (2020). El Sanky, la fruta del Ande peruano que tiene múltiples beneficios para la salud. <https://agraria.pe/noticias/el-Sanky-la-fruta-del-ande-peruano-que-tiene-multiples-benef-20892>.
- Arboleda Castro, M. (2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado. Universidad ICESI. Cali, Valle del Cauca, Colombia.

- <https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf>, pp.1-17.
- Arroyo, E. (2013). Apuntes de microeconomía. EEUU : Createspace Independent Publishing Platform.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales . México: Pearson Educación.(2da edic.).
- CAF. (2018 ). La abundancia relativa de biodiversidad representa una de las principales ventajas comparativas de América Latina. Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2018/11/la-biodiversidad-como-agente-de-desarrollo-sostenible-de-america-latina/>.
- Carrasco, D. (2016). Metodología de la Investigacion Cientifica. Lima. Perú: San Marcos E.I.R.L. (Décima ed.).
- Elías, J. (2015). Análisis de Oferta y Demanda. UCEMA. <https://ucema.edu.ar/u/je49/microeconomia/ofertaydemanda.pdf>, pp.1-21.
- Estrada, M., & Ortiz, A. (2016). Elaboración de un Estudio de Mercado de una Empresa Fabricante de Productos de Nopal, Ubicada en Morelia, Michoacán. Revista de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, 1(1), <http://rfcca.umich.mx/index.php/rfcca/article/view/22/24>, pp.312-331.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México D.F: McGraw-Hill/Interamericana.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. México D.F: Mc Graw Hill.
- INEI. (2018). Resultados definitivos de los censos nacionales del 2017. Huancavelica. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). [https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digiales/Est/Lib1569/](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1569/).
- Lipe Camero, C. (2016). Efecto hepatoprotector del zumo del fruto de *Corryocactus brevistylus* (Sanky) en ratones con daño hepático inducido por etanol. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-Perú. Trabajo de titulación. <https://core.ac.uk/download/pdf/323352971.pdf>, pp. 59.
- Ópera Global Business. (2017). El estudio del mercado. Unidad 3. <https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf>, pp.49-70.

Stoll , C., Huayta, F., Rojas, J., & Alvarez, E. (2020). Biocomercio: Análisis y Gestión Estratégica en la Identificación de la Cadena Valor del Potencial Agroindustrial – Caso Sanky (*Corryocactus brevistylus*) y Pitahaya Amarilla (*Selenicereus Megalanthus*) Mediante Agrupamientos Productivos Regionales.  
<http://132.247.171.154:8080/bitstream/Rep-UDUAL/207/1/Biocomercio%20an%C3%A1lisis%20y%20gesti%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.pdf>.

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).